

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
I. Strategische Allianzen und internationaler Wettbewerb	1
<i>Joachim Zentes</i> · Kooperative Wettbewerbsstrategien im internationalen Konsumgütermarketing	3
<i>Bruno Tietz</i> · Wettbewerbstheoretische und wettbewerbspolitische Aspekte strategischer Allianzen	33
II. Neuorientierung der horizontalen und vertikalen Kooperationspolitik mittelständischer Verbundgruppen	61
<i>Georg C. Neumann</i> Zukunftsaspekte genossenschaftlicher Kooperationen im Handel	63
<i>Hermann Seringer</i> Moderne Marktbearbeitungsstrategien von Verbundgruppen – Das Beispiel Interfunk	91
<i>Stephan Bâthory-Hüttner</i> Expansionsstrategien von Verbundgruppen: Das Beispiel Regent-Möbel	109
<i>Günter Mathieu</i> Kooperative Marktbearbeitungsstrategien des Großhandels	133
<i>Erich Kaub</i> · Franchising als strategische Partnerschaft	161
III. Strategische Partnerschaften von Handel und Industrie	185
<i>Eckhard Böhlke</i> · Trade Marketing – Neuorientierung der Hersteller-Handels-Beziehungen	187
<i>Dieter Jubelt</i> · Partnerschaftliche Marktbearbeitung durch Depotsysteme	205
<i>Hermann Heitkämper/Rainer Kloeters</i> Entwicklungen und Tendenzen des Kontraktmarketing aus der Sicht des Einzelhandels ..	223

IV. Strategische Partnerschaften im Europäischen Wirtschaftsraum	235
<i>Wim van den Toorn/Thomas Friedmann</i>	
Europäisierung der Verbundgruppen im Handel – das Beispiel Expert International	237
<i>Hans Reischl</i>	
Euro-Einkaufszentralen des Handels – Das Beispiel EUROGROUP	257
<i>Erich Gugelmann</i>	
Strategische Allianzen im Handel vor dem Hintergrund neuer Realitäten in Europa	273
<i>Günter Olesch</i>	
Strategische Partnerschaften im deutschen und europäischen Kartellrecht	285
 V. Management strategischer Partnerschaften	 305
<i>Knut Bleicher</i>	
Unternehmenspolitische und unternehmenskulturelle Voraussetzungen erfolgreicher strategischer Partnerschaften	307
<i>Ernst-Bernd Blümle</i>	
Qualifikationsanforderungen an das Management strategischer Partnerschaften	327
 Autorenverzeichnis	 341